

9. Шишков Ю.А. Что век грядущий нам готовит?: глобальные проблемы на пороге XXI столетия// Наука и жизнь, 1994 - №12. – С.2-10.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ДИНАМИКИ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ

А.В. Демин

Научный руководитель Л.А. Выборнова

Аннотация: Статья посвящена исследованию динамики на автомобильном рынке Российской Федерации. Проведен анализ состояния рынка за последние годы и сравнительный анализ по отношению к состоянию десятилетней давности рынка в России.

Ключевые слова: рынок, спрос, динамика рынка, производство автомобилей, анализ.

Цель: Проанализировать автомобильный рынок России, для оценки его состояния и динамики развития.

Задачи:

1. Проанализировать динамику объемов продаж и производства автомобильной техники за последние годы.
2. Оценить рыночные доли отечественных и иностранных производителей.
3. Исследовать рост или снижение объема продаж и производства автомобилей.
4. Выделить лидеров и аутсайдеров отрасли, изучить динамику цен на автомобили.

Актуальность исследования: На сегодняшний день автомобиль является неотъемлемой частью нашей жизни: обеспечивает высокую мобильность, эффективность труда, отражает современный образ общества.

Он является показателем уровня обеспеченности материальными средствами как отдельного человека, так и государства в целом. Поэтому изучение автомобильного рынка России, оценка его состояния и динамики развития, является весьма актуальной темой исследования.

Автомобильная промышленность мира [2] это емкий и весьма значительный сектор мировой экономики и международного бизнеса. В настоящее время автомобилестроению принадлежит одна из ведущих ролей в транспортном машиностроении.

В работе проанализирована структура автомобильного рынка в России по состоянию на конец 2018 года. Объем рынка в России на 2018 год представлен на рисунке 1, по данным аналитического агентства «Автостат» [2].

Как видно, наибольшим спросом пользуются такие производители автомобилей как АВТОВАЗ и Хёндэ.

Стоит отметить, что помимо перечисленных производителей автомобильной техники, на территории Российской Федерации на рынке представлены и многие другие производители, однако их вес в совокупном объеме рынка незначителен.

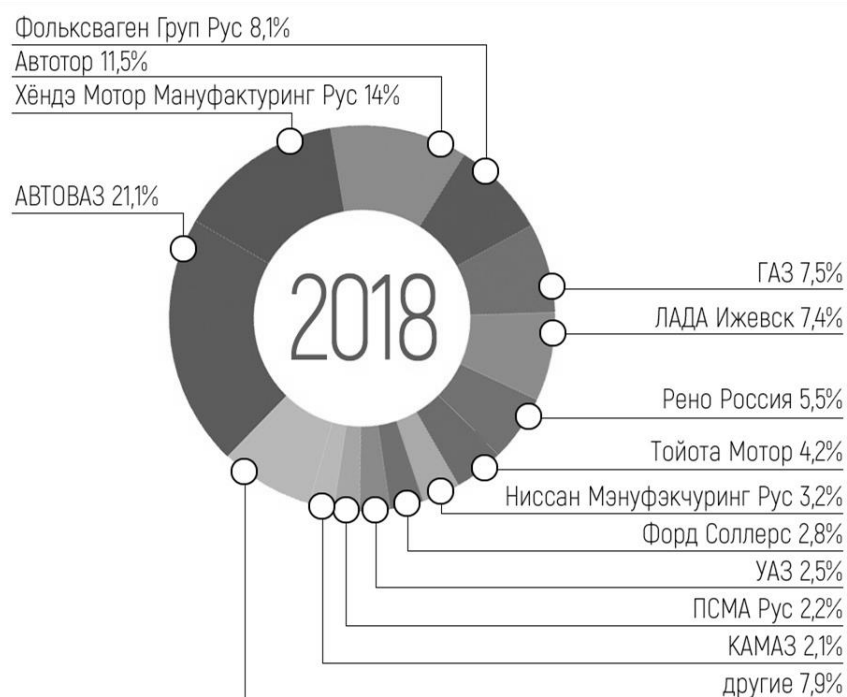


Рисунок 1. Структура производства автотехники в 2018г.

В 2018 году российские автозаводы в общей сложности произвели 1,77 млн единиц автомобильной техники, что на 13,9% больше, чем годом ранее. При детальном рассмотрении итогов предыдущего года можно отметить, что в структуре производства автомобилей в нашей стране порядка половины (46,6%) приходится всего на три предприятия: АВТОВАЗ, «Хёндэ Мотор Мануфактуринг Рус» и «Автотор».

Самая большая доля на российском рынке – у АВТОВАЗа (21,1%). Можно сказать, что каждый пятый автомобиль в 2018 году был выпущен в Тольятти. На долю «Хёндэ Мотор Мануфактуринг Рус» (14%) приходится примерно каждый седьмой произведенный автомобиль. С конвейера «Автотора» (11,5%) сошла практически каждая девятая машина в стране.

Что касается остальных автопроизводителей, то с долей в диапазоне 5 – 8% находятся четыре предприятия в стране: «Фольксваген Груп Рус», ГАЗ, «ЛАДА Ижевск» и «Рено Россия». У «Тойота Мотор», «Ниссан Мэнюфэкчуринг Рус» этот показатель составляет 4,2% и 3,2% соответственно. Доля «Форд Соллерс», УАЗа, «ПСМА Рус» и КАМАЗа находится в интервале от 2% до 3%. У оставшихся производителей она еще меньше, а суммарно составляет менее 8%.

На рисунке 2 отражена динамика изменений в долях, производителей автомобилей, за период с 2008 по 2018 года. Количество произведенных автомобилей сократилось с 2,74 миллиона штук до 1,67 миллиона штук.

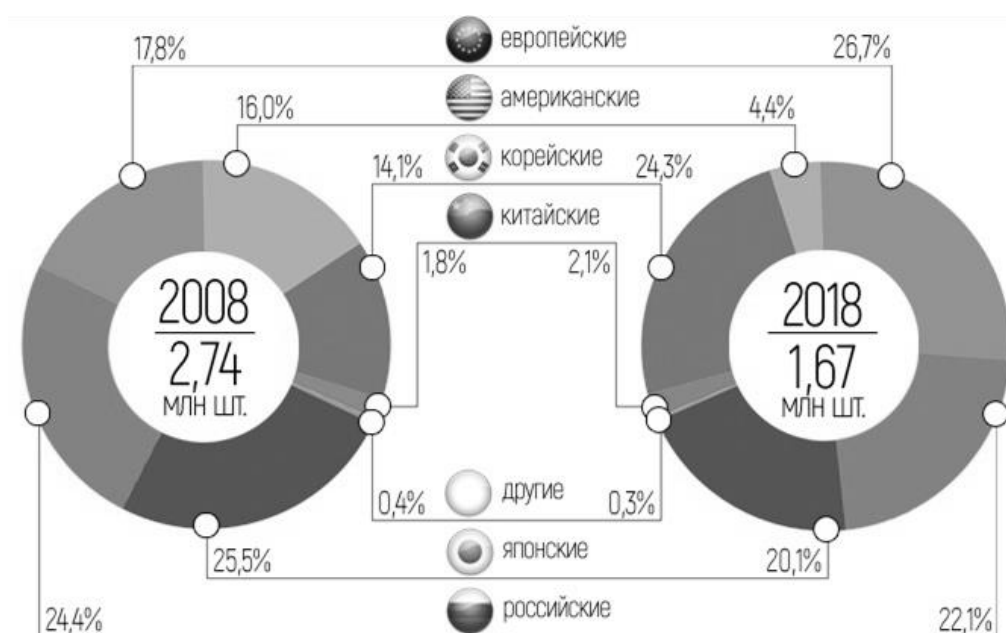


Рисунок 2 Структура авторынка по происхождению марок за 10 лет

За прошедшие 10 лет российский авторынок существенно потерял в объемах – в 2018 году в России было продано на 40% легковых машин меньше, чем в 2008-м. Но с другой стороны, за это время заметно изменилась и его структура [1].

Если 10 лет назад жители России больше всего покупали автомобили японских марок (тогда это был каждый четвертый), то теперь лидируют европейские бренды с долей 26,7% (в 2008 году у них было только 17,8% российского рынка). А сейчас «японцы» занимают пятую часть рынка, причем даже уступают корейским маркам. Именно корейские марки (впрочем, как и европейские) за это время совершили наиболее впечатляющий рывок – их доля выросла с 14,1% до 24,3%.

Рыночная доля отечественных марок, хотя и немного уменьшилась, но тоже осталась за пределами 20%. А вот доля американских автопроизводителей уменьшилась довольно ощутимо: если 10 лет назад им принадлежало 16% от общего объема продаж автомобилей в РФ, то теперь - всего 4,4%. Что касается «китайцев», то их доля пока остается на низком уровне, хотя за прошедшие 10 лет она немного подросла.

На рисунке 3 представлен график отражающий объем продаж автомобилей, дифференцированный по классам автомобилей, от компактных до внедорожников и минивэнов.

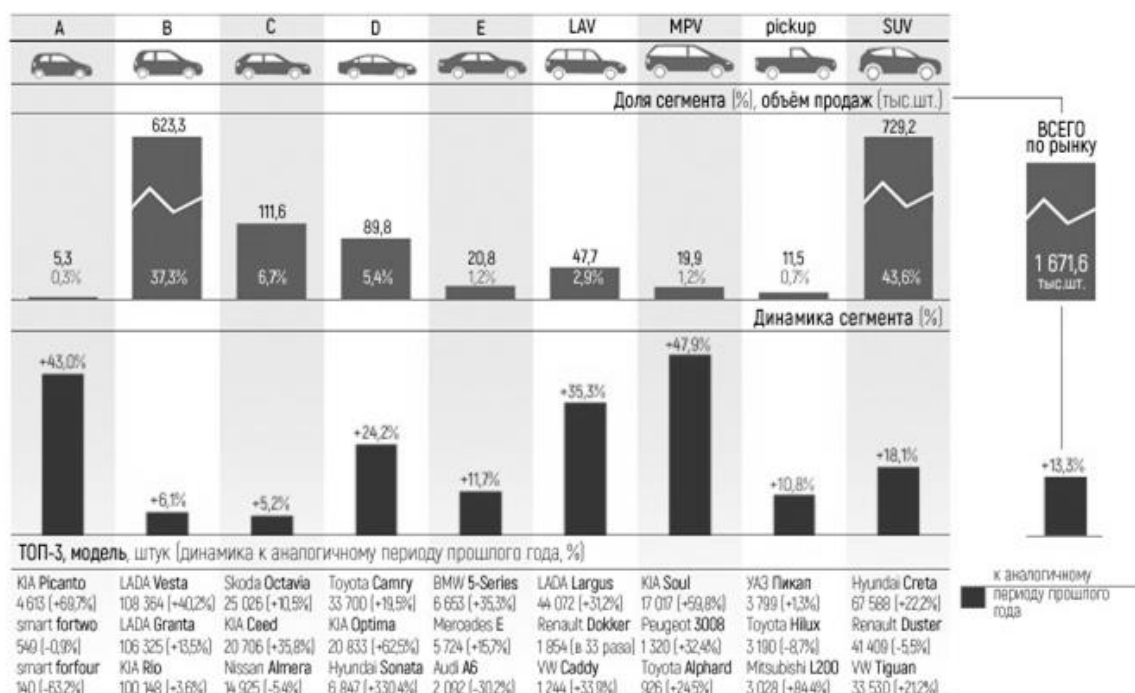


Рисунок 3. Продажи автомобилей по сегментам в 2018г.

В 2018 году продажи новых легковых автомобилей в России составили 1 млн 671,6 тыс. единиц, показав рост на 13,3% в сравнении с результатом предыдущего года[5]. Можно отметить, что положительная динамика наблюдается во всех сегментах, без исключения

Традиционно самым крупным сегментом российского рынка остаются SUV. Так, за прошедший год было продано 729,2 тыс. кроссоверов и внедорожников (+18,1%), что составляет 43,6% от общего количества реализованных автомобилей на территории России. Лидерство здесь удерживает модель Hyundai Creta (67,6 тыс. шт.; +22,2%), за которым следуют Renault Duster (41,4 тыс. шт.; -5,5%) и Volkswagen Tiguan (33,5 тыс. шт.; +21,2%).

На втором месте находится компакт сегмент B, доля которого за прошлый год составила 37,3%. Автомобили этого класса в январе - декабре 2018 года разошлись тиражом в 623,3 тыс. экземпляров (+6,1%). Лидирует

здесь отечественная LADA Vesta (108,4 тыс. шт.; +40,2%). На втором месте по объемам продаж находится LADA Granta (106,3 тыс. шт.; +13,5%), а замыкает тройку лидеров KIA Rio (100,1 тыс. шт.; +3,6%).

Далее следует средний сегмент C, на долю которого в 2018 году пришлось 6,7%. Реализация машин этого класса составила 111,6 тыс. единиц, показав при этом рост продаж (+5,2%). Первую тройку моделей в данном сегменте образуют следующие автомобили: Skoda Octavia (25 тыс. шт.; +10,5%), KIA Ceed (20,7 тыс. шт.; +35,8%) и Nissan Almera (14,9 тыс. шт.; -5,4%).

Так же стоит отметить бизнес-сегмент D, который в прошлом году, заняв 5,4% рынка, в абсолютном выражении вырос на 24,2% до 89,8 тыс. штук - по сравнению с 2017 годом. Доля каждого из оставшихся сегментов составляет менее 3%. Тем не менее, хочется отметить еще сегмент MPV, реализация которого за год выросла почти вдвое, показав самую высокую динамику.

График динамики автомобильного рынка по брендам за 2018 год отражен на рисунке 4.

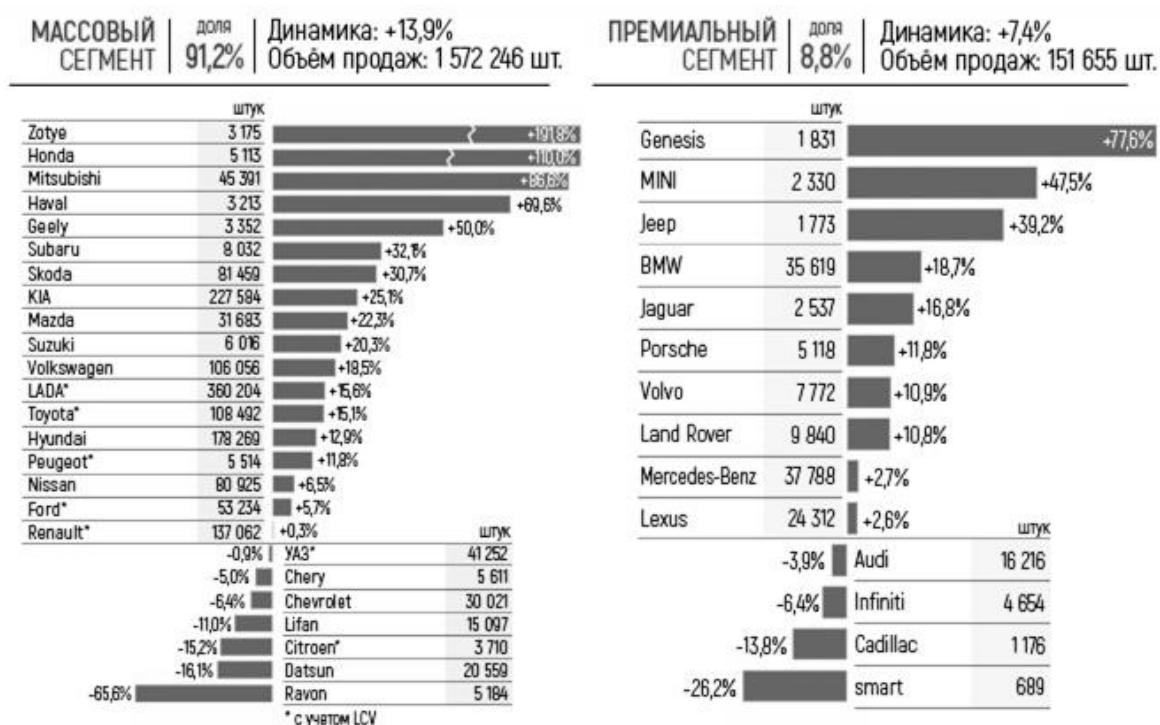


Рисунок 4. Динамика авторынга России за 2018 год

В 2018 году продажи новых автомобилей в России выросли на 12,8% по сравнению с 2017 годом. Оба сегмента – массовый и премиальный – тоже показали рост (+13,9% и +7,4% соответственно). Продажи автомобилей массовых марок в 2018 году достигли 1 572 246 единиц, что составляет 91,2% от общего объема реализации.

Стоит отметить, что среди ТОП-25 брендов-лидеров 18 показали положительную динамику. Наибольший рост продемонстрировал бренд Zotye – реализация автомобилей китайской марки выросла почти в 3 раза. Также высокую динамику показали автомобили японских марок Honda (+110%) и Mitsubishi (+86,6%). Из семи брендов, продемонстрировавших отрицательную динамику в массовом сегменте, наибольшее падение отмечается у узбекского производителя - Ravon (-65,6%).

Объем продаж автомобилей премиум-сегмента в прошедшем году увеличился на 7,4% и составил 151 655 единиц (доля – 8,8%). Большинство представителей этого сегмента находятся «в плюсе» (10 из 14 марок). Наибольший рост продаж наблюдается у Genesis, чья реализация выросла на 77,6%. Остальные марки демонстрируют более «скромные» показатели роста – от +2,6% (Lexus) до +47,5% (MINI). Самое сильное падение среди премиальных брендов за 2018 год отмечено у бренда smart (-26,2%).

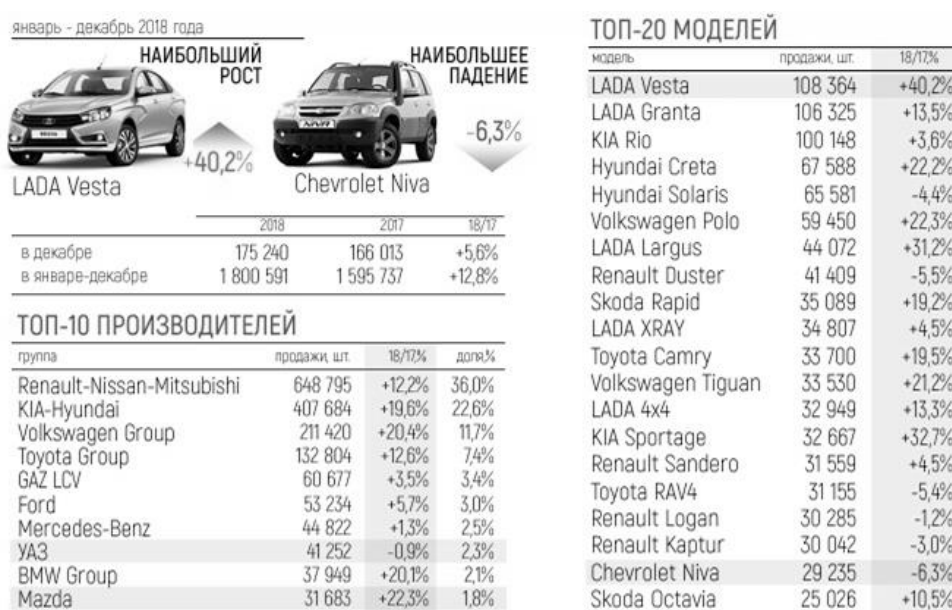


Рисунок 5. Лидеры и аутсайдеры авторынка России в 2018г.

В 2018 году продажи легковых автомобилей и LCV в нашей стране составили 1 млн 800 591 единицу – что на 12,8% больше, чем в 2017 году. По итогам декабря минувшего года тоже наблюдается положительная динамика (+5,6% до 175 240 автомобилей).

ТОП-10 производителей возглавляет группа Renault-Nissan-Mitsubishi, реализовавшая за год 648 795 автомобилей, что соответствует доле рынка 36%. На втором месте находится KIA-Hyundai с 407 684 проданными экземплярами и рыночной долей 22,6%. Третью строчку занимает Volkswagen Group с объемом 211 420 автомобилей и долей 11,7%. Таким образом, эти концерны вместе занимают более 70% российского авторынка. Из десяти представленных групп автопроизводителей рыночный рост отмечен у девяти, а небольшое падение продемонстрировал только отечественный УАЗ (-0,9%). Больше других из производителей подросла японская Mazda: ее продажи за прошедший год увеличились на 22,3%^[3].

Лидером среди моделей впервые стала LADA Vesta, показав самую высокую рыночную динамику (+40,2%), сместив с первой строчки рейтинга продаж лидера 2017 года – KIA Rio. За 2018 год было реализовано 108 364 экземпляра LADA Vesta. Вторую строчку, с объемом продаж в 106 325 штук (+13,5%) занимает также отечественная модель LADA Granta. На третьей позиции – корейский KIA Rio с показателем 100 148 единиц (+3,6%). Hyundai Creta с 67 588 экземплярами (+22,2%) занимает четвертое место, оттеснив Hyundai Solaris (65 581 автомобиль) на пятую позицию.

Можно отметить, что по итогам прошлого года, помимо Hyundai Solaris, показавшего падение (-4,4%), еще четыре модели из первой двадцатки демонстрируют отрицательную динамику: Renault Duster (-5,5%), Toyota RAV4 (-5,4%), Renault Logan (-1,2%), Renault Kaptur (-3%) и Chevrolet Niva (-6,3%). Причем, у Chevrolet Niva – наибольшее падение продаж.

Согласно предварительной оценке, ёмкость российского рынка новых легковых автомобилей в 2018 году составила 2,4 трлн рублей. Что на 22% выше результата в прошлом году. В абсолютном выражении российский

рынок вырос на 13%, а средневзвешенная цена нового легкового автомобиля в минувшем году увеличилась на 7,5%. Вкупе это привело к росту ёмкости рынка более чем на 20%.

Первенство здесь принадлежит KIA – автомобили корейского бренда обошлись жителям нашей страны суммарно в 282 млрд рублей (+39%). На второй строчке расположилась японская Toyota, показатель которой за отчетный период составил 267 млрд рублей (+23%). Третье место заняла отечественная LADA с результатом в 213 млрд рублей (+26%). В ТОП-5 попали еще корейский Hyundai (203 млрд руб.; +20%) и немецкий Mercedes-Benz (162 млрд руб.; +8%). Кроме них, в десятку лидеров данного рейтинга вошли Volkswagen, BMW, Renault, Nissan и Skoda. На покупку новых легковых автомобилей указанных марок россияне в 2018 году потратили от 100 до 150 млрд рублей. При этом показатели остальных марок находятся ниже отметки в 100 млрд рублей.

По итогам 1 квартала 2019 года в России было реализовано более 284 тыс. новых легковых иномарок. На их покупку было потрачено 503 млрд рублей, что составляет 90% от всей емкости российского рынка.

Лидирующую позицию в этом рейтинге занимает KIA – продукция корейской марки за отчетный период обошлась россиянам в 70 млрд рублей. На втором месте находится японская Toyota (55 млрд руб.), а замыкает тройку лидеров корейский бренд Hyundai с показателем 50 млрд рублей. Кроме этого, жители России потратили 43 и 38 млрд рублей соответственно на покупку новых автомобилей премиальных немецких марок – Mercedes-Benz и BMW.

На долю пяти перечисленных брендов приходится более половины (51%) всех денежных средств, которые россияне затратили на иномарки в январе – марте текущего года.

Анализ динамики цен на новые автомобили, стоимости валюты и их отношение отражены на рисунке 6. По графику видно, что за последние года,

начиная с 2014г. стоимость на новые автомобили растет практически непрерывно.



Рисунок 6. Динамика цен на новые автомобили и курсов валют

Стоимость новых автомобилей в России с начала кризиса выросли на 66%. К такому выводу приводит исследование динамики цен и курсов валют с сентября 2014-го по ноябрь 2018 года.

Как можно заметить, за прошедшие 4 года рост стоимости автомобилей практически «отыграл» падение рубля по отношению к мировым валютам. Тем не менее цены на автомобили могут продолжить расти, но за счет других факторов. Во-первых, инфляция никуда не исчезнет. Во-вторых, и это довольно существенный фактор, с нового года увеличилась ставка НДС – с 18% до 20%[4].

Как вывод – завесь представленный период наблюдалась стабилизация и по части валюты, и по ряду других показателей. Поэтому в отдельные месяцы даже было зафиксировано небольшое снижение цен на автомобили, например, летом 2015-го и 2016-го. Но все же это продолжалось недолго, и основной тренд роста цен все эти годы сохранялся.

Впрочем, пока сложно судить о том, какой именно будет динамика цен на новые автомобили в 2019 году. Но если вспомнить историю предыдущих периодов, то наиболее активно цены росли в конце 2014-го – начале 2015-го, когда падение рубля было наиболее резким. Весьма ощутимое повышение цен происходило в первой половине как 2016-го, так и 2017-го.

Выводы, полученные в результате проведенного исследования, могут быть использованы для прогнозирования спроса, предложения и динамики цен на автомобильном рынке России.

Список использованных источников:

1. Сайт «Авторевю» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.autoreview.ru
2. Сайт «АВТОСТАТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.autostat.ru
3. Сайт «Ассоциация европейского бизнеса» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.aebrus.ru
4. Сайт «Федеральная служба государственной статистики» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gks.ru/>
5. Сайт «EY: Building a better working world» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.ey.com

ОБЗОР УНИВЕРСИТЕТА МОДЕЛИ 3.0

М.В. Клёвина

Научный руководитель В.Д. Богатырёв

Университеты играют важную роль в мировом научном и технологическом развитии. Они больше не являются изолированными, теперь их основная задача - помочь человечеству достичь более глубокого понимания всего происходящего вокруг. В настоящее время в период глобализации и прироста знаний ощущается необходимость в их постоянном